

# Inhalt

Vorwort .....	7
1. Einleitung: Das Konzept des Marktes.....	9
1.1 Globalisierung und Markt.....	10
1.2 Begriffs- und Ideengeschichte des Marktes.....	15
1.3 Das neoklassische Marktmodell.....	20
1.4 Der Entwurf einer globalen Marktggeschichte.....	25
1.5 Das Fallbeispiel Farbstoffe.....	31
2. Wissen und Techniken: Der Gegenstand des Marktes .....	37
2.1 Agenda: Innovationsparadigmen und Wissenssysteme .....	37
2.2 Das erste Innovationsparadigma: Merkantile Integration .....	42
2.3 Das zweite Innovationsparadigma: Ökonomische Botanik .....	61
2.4 Das dritte Innovationsparadigma: Kunstfertiges Färben .....	79
2.5 Das vierte Innovationsparadigma: Künstliche Farben .....	96
2.6 Resümee: Entwicklungspfade der Farbstoffwirtschaft.....	113
3. Preise und Mengen: Das Gefüge des Marktes.....	120
3.1 Agenda: Ein statistisches Puzzle .....	120
3.2 Der Farbstoffmarkt als statistisches Konstrukt.....	125
3.3 Entwicklungslinien des Farbstoffmarktes .....	162
3.4 Die Farbstoffe in Konkurrenz .....	185
3.5 Resümee: Tendenzen und Strukturbrüche der Marktentwicklung.....	210

4. Institutionen und Dispositionen: Die Gestaltung des Marktes.....	216
4.1 Agenda: <i>Making Markets</i> .....	216
4.2 Determinanten des Farbstoffkonsums .....	220
4.3 Vorindustrielle Produktions- und Vermittlungssysteme .....	246
4.4 Produktions- und Vermittlungssysteme im industriellen Zeitalter.....	272
4.5 Marketing und Warenkonstruktion .....	298
4.6 Resümee: Von vormodernen zu modernen Farbstoffmärkten .....	321
5. Fazit: Die Entwicklung des Marktes.....	328
5.1 Transformationen des europäischen Farbstoffweltmarktes.....	328
5.2 Märkte als historisch-spezifische Phänomene.....	332
Quellen.....	337
Literatur.....	350
Liste der Grafiken, Abbildungen und Tabellen.....	376
Register .....	378